

بسمه تعالی

یازدهمین دوره مسابقات علمی، گروهی رشد

حوزه علمیه بانو امین(ه)

موضوع

نقش رسانه در شکل گیری افکار عمومی

نویسندگان

مریم مظفری، مژگان نومیری

استاد راهنما: سرکار خانم دکتر مهتدی راد

شهریور ۱۴۰۴

چکیده

فضای مجازی اینترنت و رسانه، نسل جدیدی از فضای روابط اجتماعی است و با توجه به اینکه عمر چندانی ندارد، توانسته است به خوبی در زندگی مردم جا باز کند. فضای مجازی با داشتن خصوصیات دیجیتالی بودن، حافظه مجازی، تعاملی بودن، غیر مرکزی بودن از سایر رسانه ها متمایز است. هدف از انجام این تحقیق نقش رسانه در افکار عمومی است که به شناسایی فرصت ها و تهدیدهای فضای مجازی و راهکارهایی برای کم شدن آسیب ها می پردازد. روش این تحقیق از نوع توصیفی - تحلیلی با استناد به منابع کتابخانه ای است. یافته های این تحقیق نشان می دهد که فضای مجازی و شبکه اجتماعی که بخش عمده ای کاربر دارد با تمام قابلیت هایی که دارد، همانند سایر دستاوردهای بشر آثار و پیامدهای مثبت و منفی نیز به همراه دارد. فرصت هایی در حفظ ارتباط، تقویت روابط، برقراری، سرگرمی، توانمند سازی، ابعاد حمایت، فضای نامحدود، و... را داراست. علاوه بر این آسیب هایی از جمله: آسیب های فردی، خانوادگی، حسادت، بی اعتمادی، کاهش تعاملات، ایجاد تارض، شکاف بین نسلی را برای کاربران داراست. برای پیشگیری از این آسیب ها و تبدیل آن به فرصت ها راهکارهایی نیز ارائه شده است مثل: راهکارهایی برای مدیریت رسانه، آگاهی از تأثیرات منفی، حفظ حریم خصوصی، استفاده آگاهانه و متقابل، استفاده از تلویزیون و رسانه های دیگر برای آموزش فضای مجازی و نشان دادن آسیب ها و فرصت های آن فناوری های ارتباطی جدید آمیزه ای از فرصت ها و تهدید ها هستند و بسته به میزان بستر سازی فرهنگی و سرمایه گذاری جوامع در این جهت می توان از میزان تهدیدها کاست و بر میزان فرصت های آن افزود.

واژگان کلیدی؛ رسانه، افکار عمومی، تهدید، فرصت

۱. مقدمه

هر رابطه اجتماعی بین انسان ها مانند یک پیوند کوچک اجتماعی شکل می گیرد. که این پیوندهای کوچک باعث بوجود آمدن شبکه های اجتماعی میشود. شبکه های اجتماعی رامیتوان ساختارهای اجتماعی دانست که از همان پیوندهای کوچک بوجود آمده اند. و باعث اتصال هم شده اند.

نوع مجازی ارتباطات از ابتدای قرن ۲۱ با گسترش اینترنت همراه بود که به دنبال آن شبکه های اجتماعی مجازی نیز همانند شبکه های اجتماعی حقیقی و متشکل از اجتماع انسانی و روابط بین آنها شکل گرفت و دارای موضوعات متنوع خبری، تخصصی، عمومی، ورزشی و تفریح و غیره است. افرادی که شبکه های اجتماعی را شکل میدهند هر کدام دارای نگرش مخصوص به خود هستند که جمع تمام این نگرش های فردی باعث شکل دهی افکار عمومی میشود.

از این رو یکی از منابع شکل گیری افکار عمومی نتیجه تعامل اجتماعی و ارتباط بین اجتماع و انتقال نظرها و باور از طریق شبکه های اجتماعی است. با توجه به اهمیت رسانه و شبکه های اجتماعی و مجازی و اثر گذاری آنها بر افکار عمومی و نگرش اجتماعی است که موجب شده است. که به بررسی نقش رسانه بر افکار عمومی بپردازیم. و هدف پژوهش حاضر بررسی فضای مجازی چالش ها فرصت ها و تهدید های آن بر روی افکار و روابط ما انسانها ست فناوری فضای مجازی هم مانند بسیاری چیزهای دیگر در زندگی فردی و اجتماعی مانند یک شمشیر دولبه میتواند عمل کند طبق تحقیق صورت گرفته امکانات گسترده و جذابیتی که این رسانهها بر روی افکار مردم دارد اگر مدیریت نشود میتواند آثار مخربی داشته باشد در چنین شرایطی اگر نقشه راه جامعی نباشد میتواند در همه زمینه روابط فردی و اجتماعی را تحت تاثیر قرار دهد.

۲. مفهوم شناسی

رسانه

رسانه در لغت به معنای "وسیله رساندن" است. رسانه های گروهی به وسایل ارتباط جمعی مانند رادیو، تلویزیون و مطبوعات گفته می شود. همچنین "رسانه" در برخی منابع به معنای حسرت،

افسوس و تأسف نیز آمده است. (ناظم‌الاطباء؛ فرهنگ فارسی معین. ر.ک، برهان؛ شعوری، ج ۲، ص ۱۰)

افکار عمومی

افکار عمومی عبارت است از عکس‌العمل بخش عمده جامعه در برابر حوادثی که برای جامعه جنبه حیاتی دارند (معین، ج ۵، ص ۲۳۴).

تهدید

تهدید به معنای ترسانیدن و بیم دادن است (معین، ج ۳، ص ۱۴۰). این واژه به ترساندن کسی از طریق وعده انجام دادن کاری علیه او یا متعلقاتش اطلاق می‌شود.

فرصت

فرصت به معنای وقت یا مجال مناسب برای انجام کاری است (فرهنگ فارسی معین، ج ۶، ص ۳۴۰). این واژه به معنای مدیریت موقعیت و یا شرایطی است که زمینه تحقق کاری را فراهم می‌سازد.

۳. تاثیر رسانه بر روابط انسانی

رسانه‌های اجتماعی ابزاری قدرتمند برای ارتباط و تعاملات اجتماعی در جامعه به شمار می‌روند. این رسانه‌ها امکان دسترسی گسترده‌تر به افراد و برقراری ارتباطات متنوع را فراهم می‌سازند. با این حال، تأثیر این رسانه‌ها بر روابط انسانی نیز بسیار قابل توجه است. (مومنی‌ها، ۱۴۰۱) یکی از مهم‌ترین تأثیرات رسانه‌های اجتماعی بر روابط انسانی، افزایش ارتباطات بین‌فردی است. این رسانه‌ها به افراد امکان می‌دهند تا به آسانی با یکدیگر در ارتباط باشند و پیام‌ها را با سرعت و سهولت رد و بدل کنند. در نتیجه، ارتباطات بین‌فردی افزایش یافته و افراد حتی در فاصله‌های بسیار دور نیز قادر به برقراری ارتباط هستند. در این زمینه، دُرَدانه امام هشتم، حضرت امام محمدتقی جوادالائمه - که

دانشمندان برجسته عصر عباسی در برابر دانش ایشان شگفت‌زده بودند می‌فرمایند: "مَنْ أَصْغَى إِلَى نَاطِقٍ فَقَدْ عَبَدَهُ؛ فَإِنْ كَانَ النَّاطِقُ عَنِ اللَّهِ فَقَدْ عَبَدَ اللَّهَ، وَ إِنْ كَانَ النَّاطِقُ يَنْطِقُ عَنْ لِسَانِ إِبْلِيسَ فَقَدْ عَبَدَ إِبْلِيسَ. هر کس به سخنان گوینده‌ای گوش فرا دهد (و نسبت به او علاقه و تمایل پیدا کند) بنده او شده است؛ پس اگر آن گوینده از سوی خدا (و معارف و احکام الهی) سخن بگوید، شنونده خدا را عبادت کرده است و اگر آن فرد از زبان شیطان (و هوای نفس) سخن بگوید، شیطان را بندگی نموده است. (تحف العقول، حسن بن شعبه حرّانی، ص ۴۵۶؛ الحیاء، محمدرضا حکیمی، ج ۲، ص ۴۶۳) با این حال، رسانه‌های اجتماعی می‌توانند زمینه‌ساز مشکلاتی نیز در روابط انسانی باشند. به عنوان نمونه، ممکن است افراد بیش از حد به دنبال جلب رضایت دیگران باشند و از توجه به نیازهای خود غافل شوند. همچنین، گاهی رسانه‌های اجتماعی باعث می‌شوند فردی که به طور طبیعی از جامعه خود دور بوده است، به آن نزدیک شود؛ اما این نزدیکی به دلیل تفاوت‌های فرهنگی و ارزشی، می‌تواند منجر به درگیری گردد. (همان، ۱۴۰۱) به طور کلی، تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر روابط انسانی بسیار پیچیده بوده و نیازمند بررسی دقیق و همه‌جانبه است. هرچند این رسانه‌ها موجب گسترش ارتباطات بین‌فردی شده‌اند، اما هم‌زمان مشکلاتی را نیز ایجاد کرده‌اند که نیاز به تحلیل و ارائه راهکارهای مناسب دارند. (همان، ۱۴۰۱) با توجه به روند رو به رشد استفاده از رسانه‌های اجتماعی، این رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین ابزارهای برقراری ارتباط در جامعه امروز به شمار می‌روند. در عین حال، می‌توانند سبب بروز مشکلاتی در روابط انسانی گردند. یکی از این مشکلات، ایجاد شکاف در روابط میان افراد است؛ بدین معنا که افراد بیش از آنکه به نیازهای خود توجه داشته باشند، در پی ارزیابی و جلب رضایت دیگران هستند. این امر می‌تواند توانایی ارتباطی افراد را کاهش داده و بر مسائلی همچون اعتماد به نفس و روابط بین‌فردی اثر منفی بگذارد (همان، ۱۴۰۱). علاوه بر این، رسانه‌های اجتماعی گاه سبب می‌شوند افراد برای رفع احساس تنهایی به آن‌ها روی آورند و از رفتارهای متعارفی که در روابط اجتماعی واقعی وجود دارد، فاصله بگیرند. به عنوان مثال، برخی افراد از رسانه‌های اجتماعی برای پر کردن خلأ تنهایی خود بهره می‌گیرند، در حالی که این رفتار می‌تواند به کاهش توانایی آن‌ها در ایجاد ارتباطات فعال و مؤثر در روابط واقعی بینجامد. در نهایت، با توجه به گسترش روزافزون استفاده از رسانه‌های اجتماعی، نیاز به بازنگری جدی در روابط انسانی احساس می‌شود. برخی مراکز روان‌شناسی به بررسی آثار رسانه‌های اجتماعی بر روابط انسانی

قرآن همچنین می‌فرماید: "وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ". در مقابل دشمن، هر چه می‌توانید ابزار و امکانات آماده کنید. (انفال/۶۰) در حال حاضر، دشمن از ابزار فضای مجازی برای نفوذ و سلطه فرهنگی استفاده می‌کند و ما نیز باید از این فضا برای تبلیغ و ترویج فرهنگ و معارف قرآن و اهل بیت (علیهم‌السلام) بهره ببریم. تنها رسانه‌ای که می‌توان به آن اعتماد کامل داشت، کلام نورانی پروردگار است. قرآن، رسانه‌ای الهی است که پیام خدا را به بشر ابلاغ می‌کند و بزرگ‌ترین الگوی رسانه‌های مکتبی و ارزشی به شمار می‌رود. رسانه از نگاه دینی و قرآنی باید در محتوا و هدف، حق‌محور و عدالت‌مدار باشد. قرآن کریم در این باره می‌فرماید: "لَا يَأْتِيهِ الْبَاطِلُ مِنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَلَا مِنْ خَلْفِهِ تَنْزِيلٌ مِّنْ حَكِيمٍ حَمِيدٍ". باطل از پیش رویش و از پشت آن راه ندارد و فروفرستاده شده‌ای از سوی حکیم ستوده است. (فصلت/۴۲)

همچنین در سوره آل عمران آمده است: "ذَلِكَ نَتْلُوهُ عَلَيْكَ مِنَ الْآيَاتِ وَالذِّكْرِ الْحَكِيمِ" (آل عمران/۸۵) و در آیات دیگر با عبارات: "أَنَّهُ الْحَقُّ مِنْ رَبِّهِمْ" (بقره/۲۶)، "نَزَلَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ" (بقره/۱۷۶)، "إِنَّ هَذَا لَهُوَ الْقَصَصُ الْحَقُّ" (آل عمران/۶۲)، "نَتْلُوها عَلَيْكَ بِالْحَقِّ" (آل عمران/۱۰۸) به روشنی به حق بودن و صادقانه بودن پیام و هدف قرآن اشاره شده است.

قرآن با ابزارهای رسانه‌ای مختلف شامل تبلیغ، موعظه، ابلاغ، انذار و تبشیر، اهداف خود را دنبال می‌کند و در مسیر آن از همه امکانات و شیوه‌های بلاغ بهره می‌گیرد: "وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ" با آن‌ها کتاب و میزان فرستادیم تا مردم عدالت و قسط را به پا دارند. (حدید/۲۵)

نتیجه‌گیری

نتیجه‌گیری شبکه‌های اجتماعی به عرصه فضای تعاملات اجتماعی و کنش‌های بین‌افراد شکل و نقش جدیدی داده و تبدیل به بستر مناسبی برای شکل‌گیری افکار عمومی شده است. امروز در جهان، شاهد افزایش چشمگیر زنان و مردان تحصیل‌کرده هستیم، انفجار اطلاعات و انتشار گسترده و دسترسی آسان به اخبار و اطلاعات سبب گردیده تا دسترسی آسان به اخبار و اطلاعات به رسانه‌های سنتی و دولتی محدود نگردد و بالا رفتن سطح دانش و دسترسی آسان به اخبار و اطلاعات، جامعه در

بطن خود باتغییراتی روبرو شود که به نوعی تحت تاثیر تغییر نگاه‌ها و نگرش نسبت به بسیاری از موضوعات همراه است. از این رهگذر شبکه‌های اجتماعی مجازی در این تغییر نقش مهمی را ایفا می‌نماید و سبب سازماندهی، تاثیر گذاری اجتماعی و ظهور و گسترش افکار عمومی شده‌اند. جریان سریع اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی، کنترل دولت‌ها و حکومت‌ها را بر جریان اخبار و اطلاعات و هم چنین روابط اجتماعی با چالشی جدی مواجهه کرده است. در شبکه‌های اجتماعی، اخبار، تصاویر و ویدیوها با سرعت انتشار می‌یابد و این نقش رسانه‌ای شبکه‌های اجتماعی سبب برتری آنها بر رسانه‌های متعارف سنتی شده است. با این حال دوناگاه خوش بینانه و بدبینانه نسبت به فضای مجازی وجود دارد. دوناگاه خوش بینانه با تاکید بر فرصت‌ها و گسترش ظرفیت اجتماعی ارتباطات و دسترسی بهتر و سریع‌تر به داده‌ها مینگرد در حالی که نگاه تهدید محور به سبب آنکه رسانه‌ها و کشورهای قدرتمند ابزارهای بیشتر و سرمایه گذاری‌های بیشتر روی تغییر نگرش و ارزش‌های ملت‌های دیگر صرف میکنند بنابراین نه تنها فضای مجازی سبب نابودی خرده فرهنگ‌ها می‌شود بلکه دست کم به تغییر ارزش‌ها منتهی می‌شود در این میان برخی به حضور بیشتر در فضای مجازی و مدیریت اطلاعات و آگاه سازی تاکید می‌ورزند و از همین رو به نظر آنان همین قدر که تهدید در استفاده از فضای مجازی وجود دارد بلکه فرصت‌هایی نیز درون آن برای گسترش تفکر و ارزش‌ها، ایدئولوژی و ارتباطات باباش گسترده‌ای از جامعه نیز فراهم است در همین خصوص آنها بر مدیریت فضای مجازی از جمله مدیریت دسترسی کودکان به صفحات و محتوای آن تاکید دارند لذا رسالت متخصصان و اندیشمندان در حیطه علوم ارتباطات و دکترین و فناوری اطلاعات آنان را به اموری از این قبیل فرا می‌خواند. اموری مانند:

۱. افزایش آگاهی عمومی نسبت به معایب و مفساد همچنین روش استفاده مثبت و بهینه از فضای مجازی در جهان کنونی

۲. رفع خلا‌های حاصل از نبود قوانین منسجم، ضروری و لازم در جهت مقابله با آسیب‌های ناشی از جرائم احتمالی

۳. توانمندی‌های حاصل از تقویت نظارت‌ها و مدیریت‌های علمی بر فضای رسانه‌ای با هدف برنامه ریزی مفید، سازماندهی عملیاتی و کنترل بر حسن اجرای فرایند مدیریت

۴. ارتقای علمی فرهنگی و تبلیغی شبکه های ملی و به کارگیری پتانسیل حاصل آزاده های نخبگان جامعه در جهت تقابل با برنامه های شبکه های مخرب در جهت استحکام زیر ساخت های فکر جامعه.

شبکه های اجتماعی به عرصه و فضای تعاملات اجتماعی و کنش های بین فردی شکل و نقش جدیدی بخشیده و به بستری مناسب برای شکل گیری افکار عمومی تبدیل شده اند. امروزه در جهان شاهد افزایش چشمگیر تعداد زنان و مردان تحصیل کرده هستیم و انفجار اطلاعات، انتشار گسترده و دسترسی آسان به اخبار و اطلاعات سبب شده است که دسترسی به اخبار تنها به رسانه های سنتی و دولتی محدود نگردد. بالا رفتن سطح دانش و امکان دسترسی سریع به داده ها، جامعه را با تغییراتی مواجه ساخته است که تحت تأثیر نگرش ها و دیدگاه های جدید نسبت به بسیاری از موضوعات شکل گرفته است.

از این منظر، شبکه های اجتماعی مجازی نقش مهمی در این تغییر ایفا کرده و سبب سازماندهی، تأثیرگذاری اجتماعی و ظهور و گسترش افکار عمومی شده اند. جریان سریع اطلاعات در شبکه های اجتماعی، کنترل دولت ها و حکومت ها بر اخبار، اطلاعات و روابط اجتماعی را با چالشی جدی مواجه کرده است. در این فضا، اخبار، تصاویر و ویدئوها با سرعت بالایی منتشر می شوند و همین ویژگی رسانه ای شبکه های اجتماعی سبب برتری آن ها بر رسانه های متعارف و سنتی شده است.

با این حال، دو نگاه نسبت به فضای مجازی وجود دارد:

۱. نگاه خوش بینانه: بر فرصت ها، گسترش ظرفیت های اجتماعی، تسهیل ارتباطات و دسترسی سریع تر و بهتر به داده ها تأکید دارد.

۲. نگاه تهدیدمحور: با توجه به سرمایه گذاری و بهره گیری کشورهای قدرتمند از رسانه ها برای تغییر نگرش و ارزش های دیگر ملت ها، معتقد است که فضای مجازی می تواند نه تنها خرده فرهنگ ها را تهدید کند، بلکه منجر به تغییر ارزش ها شود.

در این میان، برخی پژوهشگران و متخصصان بر حضور فعال در فضای مجازی، مدیریت اطلاعات و آگاه سازی جامعه تأکید می کنند و معتقدند که اگرچه تهدیداتی در استفاده از فضای مجازی وجود دارد، اما فرصت هایی نیز برای گسترش تفکر، ارزش ها، ایدئولوژی و ارتباطات با بخش گسترده ای از

جامعه فراهم است. در همین راستا، آن‌ها بر مدیریت فضای مجازی، از جمله کنترل دسترسی کودکان به صفحات و محتوای آن تأکید دارند.

از این رو، رسالت متخصصان و اندیشمندان در حوزه علوم ارتباطات و دکتترین فناوری اطلاعات شامل موارد زیر است: اموری مانند:

۱. افزایش آگاهی عمومی نسبت به معایب و مفاسد همچنین روش استفاده مثبت و بهینه از فضای مجازی در جهان کنونی

۲. ایجاد و راه اندازی شبکه های اجتماعی سالم

۳. آموزش و فرهنگ سازی

منابع

قرآن

۱. تحف العقول، حسن بن شعبه حرانی، ص ۴۵۶؛ الحیاء، محمدرضا حکیمی
۲. التی، محمد علی، روابط عمومی رسانه ها و افکار عمومی در کنش متقابل وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۶
۳. ارژمند، محمود، تأملی در مفهوم مهندسی فرهنگی
۴. مجموعه مقالات اولین همایش ملی مهندسی فرهنگ، ۱۳۸۵
۵. باهنر، ناصر رسانه و دین، انتشارات مرکز تحقیقات صداوسیما، ۱۳۹۲
۶. جین دی آرسی، اطلاعات در برابر ارتباطات مجله سروش، شماره ۱۱، ۱۳۹۵
۷. حبی، محمد باقر، مبانی روانشناسی در مهندسی فرهنگی مجموعه مقالات اولین همایش ملی مهندسی، ۱۳۸۵

۸. حقیقت کاشانی، محمود، رسانه های جمعی ارزشیابی و کنترل تغییرات سازمانی فصلنامه پژوهش و سنجش سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۰
۹. دادگران، محمد، افکار عمومی و معیار سنجی آن تهران: نشر مروارید، ۱۳۸۲
۱۰. راش مایک، جامعه و سیاست، ترجمه منوچهر جوری، انتشارات سمت، تهران، ۱۳۷۷
۱۱. سعیدی، رحمان، نقش جهانی شدن و رسانه ها در هویت فرهنگی، انتشارات سروش، ۱۳۹۵
۱۲. سلیمی، حسین، فرهنگ گرایی جهانی شدن و حقوق بشر، چاپ اول، تهران وزارت امور خارجه، ۱۳۹۶
۱۳. ساروخانی، باقر، جامعه شناسی ارتباطات جمعی، چاپ دوم، تهران، نشر اطلاعات، ۱۳۶۸
۱۴. موسویان، مرتضی، بررسی رابطه بین مولفه های مسئولیت اجتماعی و رسانه، چاپ اول، ناشر پشتیبان، ۱۳۹۶
۱۵. عقیلی، امجد اکرم، سواد رسانه ای، چاپ اول، ناشر تماس، ۱۴۰۰
۱۶. خسروانیان، سجاد، تفکر در جهان چند رسانه ای، چاپ اول، ناشر پشتیبان، ۱۴۰۰
۱۷. مارلین لوسیو، مترجم شایان فر علی، سواد رسانه در عصر دیجیتال، چاپ اول، انتشارات پشتیبان، ۱۳۹۷
۱۸. مومنی، باقر، نشر باران، ۱۴۰۱
۱۹. نصرآبادی، محسن، دیپلماسی رسانه ای، شماره ۶